

Bruno Aveillan

Réalisateur

par Stéphane Zissu

Fort d'une reconnaissance internationale, Bruno Aveillan multiplie les expérimentations de films en films, esthète d'un monde très personnel aussi riche que cohérent. Car Bruno Aveillan est avant tout un visionnaire. Un réalisateur chez qui technique et plastique se conjuguent à l'émotion. Un doux rêveur qui projette ses songes dans une oeuvre totalement dépaysante... à condition de se laisser embarquer.

Avec sa dernière pub pour un rasoir **Philipps**, **Bruno Aveillan** vient encore de marquer les esprits. Loin d'en être à son coup d'essai, ce réalisateur à l'univers bien plus personnel que le secteur de la publicité ne le laisserait supposer, aligne une filmographie conséquente. Une filmographie empreinte de merveilleux qui compte nombre de classiques, et parmi lesquels des films au titre évocateur tels que **«La Goutte» Perrier, «Dolce Vita» Gaz de France, «L'Arbre» CNP**...

Né à Toulouse, il suit d'abord des études à l'Ecole Nationale des Beaux-Arts avant de quitter la ville rose, son diplôme en poche, direction Paris. Il fera ses premières armes chez **Ogilvy & Mather** en tant que directeur artistique avant de rejoindre **Quad Productions** comme réalisateur dès 1995. En 1998, il décroche le Grand Prix **Imagina** pour son spot **«La Foule» Perrier**. Fait unique dans les annales du festival, il remportera une seconde fois le Grand Prix en 2003 pour **«Dolce Vita» Gaz de France**.

Ce qui frappe dans son oeuvre, c'est son sens aigu de l'esthétique combiné à un goût immodéré pour le merveilleux et plus précisément le monde des rêves. De cette fascination découle une sensibilité unique qui fait de **Bruno Aveillan** un peintre de la nature humaine au rendu sans pareil. Dans les faits, la temporalité tient un rôle prédominant dans ses films, le ralenti devenant presque la norme comme pour saisir pleinement tous les détails de chaque imaginaire parcouru. Chaque plan est ainsi étiré, prolongé à l'envie pour mieux goûter la sensualité qui s'en dégage. C'est particulièrement vrai dans les spots **Bailey's «Floating», Magnum «5 senses», Gaz de France «Dolce Vita»** ou **Eau de Rochas «Le Galet»** mais aussi et surtout dans son court-métrage **Minotaur-ex**. L'importance du découpage est tout aussi importante dans cette volonté de capter l'action au plus près en multipliant les points de vue. Mais la cadence soutenue induit une sensation d'accélération produisant un sentiment confus très proche de la perception des rêves.

A cette volonté répond d'ailleurs un attachement particulier à l'éveil des sens. Rarement réalisateur n'aura dépeint avec autant de conviction nos

Bruno Aveillan

Réalisateur



Publicité pour Magnum - 2004 - 5 senses

5 sens : goût (**Magnum, Perrier, Bailey**), toucher (**Minotaur-ex, Gaz de France, Coolskin**...), odorat (**Eau de Rochas**) sans parler de la vue et de l'ouïe évidemment sollicitées à plein régime dans chacune de ses expériences. Cette peinture des sens apparaît dans son goût pour les matières et textures qui situent leur terrain d'expression aussi bien dans la sensualité des corps en mouvement que dans la place prépondérante qu'occupe les éléments : eau (**Rochas, Perrier**), terre (**Minotaur-ex, Acura**), air (**Lanvin**), feu (**Thermasilk**) et glace (**Lexus**).

Bruno Aveillan aime que les univers s'enchaînent et s'entremêlent à l'image des 4 saisons du spot **CNP «L'arbre»**. Le tout rythmé par le genre merveilleux, véritable hymne au conte et à la délicatesse que les effets visuels et autres innovations techniques illustrent parfaitement. Un merveilleux qui n'a que faire de l'enfance (de l'art...) et s'adresse bel et bien aux adultes et tous leurs fantasmes.

Pour en savoir plus... www.wizz.fr